Ours ? Comment manipuler les médias en leur faveur, mode d'emploi

Introduction

« *Eviter que les médias recherchent toutes les informations disponibles* », et pour cela établir des relations privilégiés avec « *des journalistes amis de l'ours* » que l'on pourra « *utiliser* » sans être « *passivement soumis à la vision des journalistes sur les faits* », notamment dans les situations de crise où il s'agira parfois de « *détourner l'attention des événements négatifs en proposant en parallèle des « bonnes nouvelles » sur les ours* », tels sont quelques uns des aspects de ce qu'il faut bien appeler une volonté de manipuler les médias.

On les trouve dans le dossier européen Life Nature 2003 (LIFE 2003 NAT/CP/IT/000003) qui établit les « *Principes pour l'établissement d'une métapopulation d'ours brun alpine* ». Ces principes n'ont rien de nouveau, on les voit concrètement à l'œuvre dans tous les pays où le retour imposé des grands prédateurs suscite sur le terrain de fortes oppositions. Le problème n'est pas de chercher à s'attirer les sympathies médiatiques, c'est de bonne guerre, mais de le faire à présent de façon aussi cyniquement exhibée.

C'est d'autant plus grave que de tels principes peuvent conduire tout lecteur un peu attentif à suspecter tout rédacteur d'article honnêtement favorable à l'ours de s'être ainsi prêté aux manipulations souhaitées, en devenant simple chambre d'écho du discours officiel.

Je traduis ci dessous les passages de ce dossier concernant les médias, l'original est en anglais.

A la suite, je traduis aussi le résumé et la conclusion d'un article de la revue scientifique *Ursus* (revue à comité de lecture) qui, en 2001, proposait une analyse de contenu de la presse slovène à propos des grands carnivores, et en tirait des conséquences quant à la façon d'agir avec les médias. On y retrouve le même principe de base : « *lutter contre la couverture médiatique des conflits en grande partie orientée* »… et les journalistes y sont pris pour de presque crétins: « *L'information doit être présentée sous une forme attrayante et de manière facilement compréhensible*. » !

Au passage on y apprend que « *de 1995 à 1998, la Slovénie a connu une forte augmentation de la prédation des ovins et en 1996 un vieil homme a été gravement mordu par une ourse avec ses petits* » et que « *les problèmes non résolus de la prédation des moutons, et une attaque d'ours sur un travailleur forestier en 2000, ont déclenché une controverse considérable sur les ours et leur gestion* ».

Intéressant ! L'Etat français et ses associations satellites diffusent en effet auprès des médias des informations exactement inverses. Quant aux attaques aux humains, le dossier dit de « concertation » qui accompagna les importations d'ours de 2005 ne faisait bien sûr aucun état de ces faits, écrivant simplement :

« *Les cas de mort d'homme dus à l'ours brun sont très rares en Europe. En Scandinavie, le dernier cas connu remonte à 1905. Quelques cas rares ont été répertoriés en Europe centrale et en Russie dans les années 1980. En 2004, en Roumanie, un ours brun, qui était porteur de la rage, a tué une personne.* »

Mais il fallait qu'en Slovénie tout baignât dans l'huile du consensus, que les attaques soient une vue de l'esprit, que cette image et elle seule s'imposât, en un mot « *éviter que les médias recherchent toutes les informations disponibles* ».

B.Besche-Commenge ASPAP/ADDIP – 31 mai 2010

Traductions

A) - *Récapitulatif des principes de communication pour la conservation de l'ours brun dans les Alpes.*

LIFE Nature CO-OP Project : « Principes pour l'établissement d'une métapopulation d'ours brun alpine »
LIFE 2003 NAT/CP/IT/000003
http://www.lcie.org/Docs/Education%20and%20process/Bear_Communication_principles_E.pdf

Page 7 - 4-3 Activités de préparation à l'arrivée des ours.
4-3-1 Activité de première importance
Etablir un bon contact avec les médias de masse.

Les rumeurs et interprétations des soi disant « experts en ours » peuvent être très dangereuses pour la conservation de l'ours. Il apparaît donc essentiel de mettre en œuvre un canal d'information direct avec les médias : un bon moyen pourrait être d'établir de bonnes relations avec quelques journalistes (« journalistes amis de l'ours »). Cela permet d'éviter que les médias recherchent toutes les informations disponibles, avec le risque qu'ils utilisent des sources moins compétentes et dignes de foi finissant par donner une image erronée de l'espèce.

Page 11 - 5-3 Activités pour la situation ordinaire
5-3-1 Activité de première importance
Information dans les médias

Utiliser les « journalistes amis de l'ours » (voir 4-3-1) permet d'atteindre les objectifs précédemment mentionnés. En fait, la publication dans les médias locaux (journaux, magazines, mais aussi radios et TV) d'articles sur la situation en cours de l'ours, sur les projets, les progrès, les dernières nouvelles, peut être très utile pour associer la population à tout ce qui concerne l'ours et ne pas lui laisser penser que quelque chose lui est caché, avec tous les risques que cela suppose pour l'acceptation de l'ours.

Les articles de journaux sont essentiels en particulier pour faire face aux événements importants (positifs ou négatifs) ; il est plus rentable d'anticiper la diffusion de nouvelles par des conférences de presse ou des communiqués afin de pouvoir les gérer, plutôt que d'être passivement soumis à la vision des journalistes sur les faits (les journaux sont souvent à l'affût du scoop).

D'autre part, et surtout s'ils sont adressés aux catégories sociales potentiellement impliquées, les articles de journaux ou de magazines semblent plus appropriés pour les nouvelles sur la situation courante et peuvent aider à la création d'un groupe de soutien.

Page 13 - 6-3 Activités pour les situations « de crise »
6-3-1 Activité de première importance
Contact avec les médias.

Alors que les médias représentent souvent une partie importante du problème, avoir déjà établi des relations avec eux paraît crucial pour résoudre la crise et rétablir une situation objective et équilibrée. Selon le type de crise, il peut être souhaitable d'expliquer honnêtement ce qui se passe, de tordre le cou au mensonge et aux opinions exagérées en avançant des solutions possibles, ou de détourner l'attention des événements négatifs en proposant en parallèle des « bonnes nouvelles » sur les ours. Selon l'état des relations avec les médias, cela peut se faire en les informant sans intervenir directement ou en organisant des conférences de presse et / ou avec des communiqués de presse. Les « journalistes amis de l'ours » (voir 4-3-1 et 5-3-1) sont essentiels pour atteindre ces objectifs, bien qu'en situation de crise commentaires et nouvelles soient généralement diffusés également par d'autres journalistes. Selon la situation, il peut être aussi très utile d'organiser une déclaration publique ou un interview en faveur de l'ours (une conférence de presse peut être envisagée) par un expert étranger bien connu ou par une "célébrité" de la conservation de la nature : sa voix pourrait faire autorité bien plus que celle des experts locaux et pourrait ainsi contribuer à apaiser la situation.

B – Analyse de contenu de la presse slovène sur l'ours brun (1991-1998)

Content analysis of articles on brown bears in the Slovenian press, 1991–1998
For. Snow Landsc. Res. 76, 1/2: 121–135 (2001) 121
Petra Kaczensky *, Mateja Blazic** and Hartmut Gossow***
*, *** Institute of Wildlife Biology and Game Management at the Agricultural University of Vienna,
** Slovenian Hunters Association, Zupanciceva 9, SLO-1000 Ljubljana, Slovenia
http://www.wsl.ch/publikationen/pdf/4608.pdf

Extraits du résumé :

Les conflits surviennent entre les ours et l'homme brun (Ursus arctos) en Slovénie, comme dans la plupart des zones où les deux coexistent. De 1995 à 1998, la Slovénie a connu une forte augmentation de la prédation des ovins et en 1996 un vieil homme a été gravement mordu par une ourse avec ses petits.
/…/ étant donné le grand intérêt que la plupart des Slovènes éprouvent pour le sujet, les gestionnaires devraient agir en fournissant aux journaux nationaux des informations fiables sur les ours et leur gestion pour lutter contre la couverture médiatique des conflits en grande partie orientée.

Conclusion (traduction in extenso):
5 - Incidence sur la gestion des ours

En Slovénie, les problèmes non résolus de la prédation des moutons, et une attaque d'ours sur un travailleur forestier en 2000, ont déclenché une controverse considérable sur les ours et leur gestion (Kaczensky 2000b). La question de l'ours est devenue hautement politique et sa couverture par les médias est plus grande que jamais. Il a paru très intéressant d'analyser le contenu et le style des articles publiés en 2000, puis de mener une enquête par questionnaire afin de savoir si l'attaque de l'ours et la couverture par les médias avait eu des effets, et lesquels, sur l'attitude du public envers l'ours et sa gestion en Slovénie.

Les scientifiques et les gestionnaires des ours en Slovénie ne devraient sous-estimer ni l'impact de la presse sur le débat public à propos des ours ni l'influence des médias sur l'attitude des gens. L'intérêt pour les ours et leur gestion est élevé (Kaczensky 2000a), mais pour permettre un débat plus objectif et davantage basé sur les faits, une stratégie pro-active de relations publiques est nécessaire. Pour contrebalancer le fait que la couverture de presse est en grande partie événementielle, et donc souvent finit par être axée sur les conflits, les journalistes ont besoin d'être régulièrement informés sur l'ours et sa gestion. L'information doit être présentée sous une forme attrayante et de manière facilement compréhensible. Les conflits doivent être examinés et débattus, des informations complémentaires apportées, et de possibles solutions proposées. Ces changements dans la politique d'information doivent être accompagnée par des analyses des médias et une enquête sur l'attitude des gens. En fonction des résultats, la politique devrait être adapté en conséquence.